

# Digital Angels al fianco di Komen Italia per il mese della prevenzione dei tumori del seno

Data: Invalid Date | Autore: Redazione



ROMA 25/10/2024 – Digital Angels, agenzia di marketing e comunicazione integrata, lavora ancora al fianco di Komen Italia con l'obiettivo di sensibilizzare il pubblico sul tema della prevenzione e incentivare le donazioni a sostegno della lotta contro il tumore del seno.

Komen Italia è l'organizzazione in prima linea nella lotta ai tumori del seno, basata sul volontariato e attiva su tutto il territorio nazionale. Opera per generare risorse economiche da destinare a progetti propri e di altre Associazioni impegnate nella lotta ai tumori del seno e dal 2000 ha dato vita ad oltre 1.500 nuovi progetti per la salute delle donne.

In occasione dell'ottobre rosa, Mese Internazionale di Sensibilizzazione sui Tumori del Seno, Komen Italia ha lanciato, in collaborazione con il Ministero della Cultura e con il Patrocinio del Senato della Repubblica, della Camera dei Deputati e della Fondazione Pubblicità Progresso, la quinta edizione della campagna nazionale "La Prevenzione è il nostro Capolavoro", con l'obiettivo di promuovere durante tutto il mese, iniziative concrete di prevenzione. La Campagna, grazie al sostegno del MIC, permetterà a tutti coloro che sceglieranno di sostenere con una donazione i progetti di prevenzione di Komen Italia di accedere gratuitamente a 100 musei statali in tutta Italia.

La campagna nazionale, iniziata lo scorso 30 settembre con l'illuminazione in rosa del Colosseo, continuerà per tutto il mese di ottobre coinvolgendo diversi monumenti su tutto il territorio italiano. Per l'occasione inoltre, è stato realizzato un video spot per sensibilizzare il pubblico sull'importanza

della prevenzione, un contenuto emozionale e coinvolgente pensato per rafforzare il messaggio della campagna. Il video, utilizzato anche nella strategia di comunicazione sviluppata da Digital Angels, ha permesso di amplificare la visibilità del progetto sui canali digitali, aumentando la consapevolezza e l'engagement attorno alla causa.

La campagna diffusa da Digital Angels si sviluppa su un periodo di cinque settimane, dalla fine del mese di settembre fino alla fine di ottobre, mese cruciale per la sensibilizzazione sul tema della prevenzione oncologica, e sfrutta le potenzialità di quattro canali fondamentali: Meta, Google, Programmatic e Spotify.

Meta e Google sono stati scelti per il loro potenziale di lead generation, concentrandosi sulla canalizzazione degli utenti verso la landing page dedicata alle donazioni, all'interno del sito di Komen Italia. Programmatic e Spotify, invece, agiscono sulla parte alta del funnel, al livello di brand awareness e consideration. Attraverso il Programmatic Display, Digital Angels garantisce la copertura di testate online autorevoli, sia nazionali che locali, raggiungendo un pubblico altamente profilato. Inoltre, l'utilizzo di Spotify consente di diffondere messaggi audio tra l'ascolto di una canzone e l'altra, offrendo agli utenti la possibilità di cliccare e visitare la pagina di donazione.

L'approccio sinergico tra questi canali permette di coprire interamente il funnel di conversione, sensibilizzando il pubblico sull'importante tematica e incoraggiando un'azione concreta, quella della donazione.

“Il contributo professionale di Digital Angels dato in questi anni è fondamentale per diffondere il messaggio di prevenzione con maggiore capillarità. Con questa Campagna web, Komen Italia intende tenere alta l'attenzione sui tumori del seno e promuovere in modo concreto la prevenzione nelle sue diverse forme, anche attraverso una comunicazione efficace che raggiunga il maggior numero di persone online e sui social” dichiara Daniela Terribile, Presidente Komen Italia.

“Il sostegno a Komen Italia è ormai da anni uno dei momenti fondamentali del lavoro durante l'anno per Digital Angels. Tutto il team di lavoro è onorato di contribuire attivamente ad un progetto così nobile e allo stesso tempo stimolante. È una grande opportunità supportare Komen durante il mese della prevenzione con campagne digital volte a stimolare le donazioni degli utenti contribuendo a fare la differenza nella vita delle persone anche quest'anno.” dichiara Martina De Matteis, Media Manager di Digital Angels.